

УДК 316.4

ББК 60.54

**ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В МЕДИАПОТРЕБЛЕНИИ НА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ СТУДЕНТОВ-  
ЖУРНАЛИСТОВ**

**Хафизова, В.Р.**

*аспирант кафедры прикладной социологии  
Уральский Федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина  
г. Екатеринбург, Россия  
[vikakhaf@mail.ru](mailto:vikakhaf@mail.ru)*

**THE INFLUENCE OF CHANGES IN MEDIA CONSUMPTION ON  
THE PROFESSIONAL VALUES OF JOURNALIST STUDENTS**

**Khafizova V**

*Postgraduate Student, Department of Applied Sociology  
Ural Federal University  
named after the first President of Russia B.N. Yeltsin  
Yekaterinburg, Russia  
[vikakhaf@mail.ru](mailto:vikakhaf@mail.ru)*

**Аннотация**

Изменения в формах коммуникации и медиапотреблении неизбежно влияют на производителей медиаконтента, в том числе на журналистов и журналистику как профессию. Опираясь на результаты онлайн опроса студентов журналистов (n=202), в статье утверждается, что студенты-журналисты стремятся работать в конвергентных СМИ, ведущие позиции в системе профессиональных ценностей студентов-журналистов занимают фактчекинг, точность, честность. Таким образом, профессиональные ценности студентов-журналистов определяются изменениями в практиках медиапотребления.

## Annotation

Changes in the forms of communication and media consumption inevitably affect media content producers, including journalists. Based on the results of an online survey of students of journalism ( $n = 202$ ), the article states that journalist students strive to work in convergent media. Fact-checking, accuracy, honesty have leading positions in the system of professional values of journalist students. Thus, the professional values of students-journalists are determined by changes in the practices of media consumption.

**Ключевые слова:** медиапотребление, ценности, профессиональные ценности, студенты, журналисты.

**Keywords:** media consumption, values, professional values, students, journalists.

## Введение

Конец XX века ознаменован цифровой революцией, произошедшей благодаря появлению и распространению новых информационно-коммуникационных технологий. Интернет, как средство хранения бесконечно огромного количества информации и самого разнообразного контента, предоставил индивиду большие возможности потребления и взаимодействия с информацией. Появление новых цифровых устройств (мобильные телефоны, планшеты, ноутбуки) и новых каналов (социальные сети, мессенджеры, приложения) усложняют практики медиапотребления, делают их более персонализированными и рутинизированными.

Развитие цифровых технологий, появление новых форм коммуникации и взаимодействия с информацией, уход журналистики в Интернет, усложнение медийной организации и трансформации в медиабизнесе и медиапотреблении приводят к изменениям в профессиональной деятельности журналиста. Российский исследователь В. Гатов считает, что влияние изменений в медиапотреблении и медиабизнесе ведет к таким важным процессам, которые воздействуют на будущее журналистской профессии,

как: резкое увеличение доли «экранного потребления» и доли специализированного контента (бесконечный, постоянно имеющийся в доступе контент), рост количества доступного содержания для любой группы пользователей, изменение кадрового состава редакции в пользу непрофессиональных журналистов, появление интернет-СМИ, в основе которых лежали иные ценностные и профессиональные принципы, отличные от тех, что имелись в традиционных медиа [1, с. 213].

### **Методы исследования**

Основной целью нашего исследования стал анализ профессиональных ценностей студентов-журналистов. В 2018 году нами был проведен онлайн опрос студентов факультета телерадиожурналистики Гуманитарного университета (n=40) и студентов факультета журналистики Уральского федерального университета (n=162). Среди опрошенных: 77% – девушки, 23% – юноши; 27% респондентов учатся на 1 курсе бакалавриата, 18% – на 2 курсе, 20% – на 3 курсе, 25% – на 4 курсе, 10% – студенты магистратуры. 76% опрошенных имеют опыт работы в редакции СМИ. Мы также провели два полужформализованных интервью с руководителями указанных выше факультетов.

### **Результаты и обсуждение**

Результаты исследования показали, что студенты-журналисты планируют работать в конвергентных СМИ (30,6%), на телевидении (22,6%), в Интернет-СМИ (14,5%). Каждый второй опрошенный полагает, что журналист – это, прежде всего, новатор, способный создавать уникальный контент.

Какими ценностями, принципами и нормами будут руководствоваться студенты – будущие журналисты при создании материалов контента? Материалы исследования свидетельствуют, что лидирующие позиции в системе профессиональных ценностей занимают фактчекинг, точность, честность. С одной стороны, такие воодушевляющие результаты говорят о том, что современная подготовка в вузах соответствует вызовам времени.

Однако реальная практика может оказаться иной и ценности, которые транслировались при обучении, будут меняться. Помимо деформации ценностной журналисты зачастую сталкиваются с деформацией профессиональной: *«Условно говоря, 75 % выпускников уходит в профессию, но остаются ли они там потом, спустя 5 или 10 лет профессиональной карьеры, потому что не секрет, что работа журналиста по нервным перегрузкам как работа космонавта может быть, и есть профессиональное выгорание»* (жен., руководитель факультета журналистики).

Потребители новостей в социальных сетях не тратят достаточно времени и усилий, чтобы проверить достоверность определенной информации, которая может быть ложной. По данным ВЦИОМ за 2018 год, новости в социальных сетях читает 39% россиян, преимущественно молодежь: 56% среди 18-24-летних и всего 27% – среди респондентов 60 лет и старше [2].

Феномен «фейковых новостей» связан с погоней за популярностью/известностью, которая для журналистов связана в том числе и с получением большого числа лайков. Эта ценность занимает последнее место в структуре профессиональных ценностей студентов-журналистов. В реальной практике случается, что журналисты производят фейковые новости ради получения наград и признания среди коллег. Так, журналист известного немецкого издания Der Spiegel Класс Релотиус придумывал истории и интервью с героями для своих репортажей и за несколько фейковых материалов даже получил профессиональные премии. Редакция журнала, десятилетиями задающего в Германии профессиональные стандарты журналистики, недоумевает, как могла пропустить такое количество фейков [3].

### **Заключение**

Таким образом, материалы исследования позволяют прийти к следующим выводам. Во-первых, студенты-журналисты планируют работать, в первую очередь, в конвергентных СМИ, вторую позицию занимает телевидение, третью – Интернет-СМИ. Половина опрошенных

считает, что журналист – это новатор, способный создавать уникальный контент.

Во-вторых, определено, что ведущие позиции в системе профессиональных ценностей студентов-журналистов занимают фактчекинг, точность, честность, последнее место занимает погоня за популярностью. В то же время профессиональное сообщество бьет тревогу, говоря о сохранении традиционных ценностей и появлении фейковых новостей.

Наконец, полученные результаты свидетельствуют о том, что профессиональные ценности студентов-журналистов во многом обусловлены изменениями в практиках медиапотребления.

### **Список литературы**

1. Гатов В. Будущее журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / Под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 206-267.
2. Что читают россияне? // ВЦИОМ. 2018. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9315> (дата обращения 10.01.2019).
3. The Relotius Case. Answers to the Most Important Questions // Spiegel Online. 2018. Available at: <http://www.spiegel.de/international/the-relotius-case-answers-to-the-most-important-questions-a-1244653.html> (accessed 10.01.2019).